

**STRATEGI PEMASARAN ABON IKAN GABUS DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN  
MASYARAKAT DESA POMPENGAN  
KECAMATAN LAMASI  
KABUPATEN LUWU**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2020**

**STRATEGI PEMASARAN ABON IKAN GABUS DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN  
MASYARAKAT DESA POMPENGAN  
KECAMATAN LAMASI  
KABUPATEN LUWU**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



- Oleh**  
**HAMITA**  
16.04.01.0056
- Pembimbing :**
- 1. Dr. Fasiha, M.El.**
  - 2. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hamita  
NIM : 16 0401 0056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo,  
2020

Yang membuat  
pernyataan,

Materai  
6000

Hamita  
16 0401 0056

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu" yang ditulis oleh Hamita Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0056, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunafasyahkan pada hari kamis 18 Juni 2020 bertepatan dengan 26 Syawal 1441 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Palopo, 25 Juni 2020

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.              | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., MA | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Dr. Hj. Andi Ria Warda, M.Ag        | Penguji I         | (  ) |
| 4. Muzayyanah Jabani, ST., MM          | Penguji II        | (  ) |
| 5. Dr. Fasiha, M.El                    | Pembimbing I      | (  ) |
| 6. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc        | Pembimbing II     | (  ) |


### Mengetahui:



  
Rektor IAIN Palopo  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Ketua Pogram Studi  
Ekonomi Syariah

  
Dr. Ramlah M, M.M.  
NIP. 19610208 199403 2 001

  
Dr. Fasiha, M. El  
NIP. 1981023 200604 2 2002

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ

وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur kehadiran Allah swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu " dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw., keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tua tercinta, Ayahanda Hasanuddin, ibunda Nurmiati yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah swt. memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan

kepada penulis baik secara moral maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr. Fasiha, M.EI. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dosen Pembimbing I, Dr. Fasiha, M.E.I. dan Dosen Pembimbing II, Nur Ariani Aqidah, SE.,M.Sc. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ibu Dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.

5. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada Ketujuh Saudara Saya, Sarlina, Hamisa, Haerapil, Hamila, Hilda, Hismar, dan Hatmil. yang selalu memberikan dukungannya kepada penulis
7. Saudari-saudariku di Asrama Putri IAIN Palopo terutama kamar 5A yang senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan, dan telah rela mengorbankan tenaga, pikiran, dan waktunya untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2016 Ekonomi Syariah B yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi.
9. Para sahabat-sahabat seperjuangan, Hastri Windarwati, dan Titing Purnama sari yang bersedia membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini.
10. Kepala Desa dan masyarakat Pompengan yang bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-NyaAmin.

Palopo, 20 Februari 2020

Hamita





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### ***A. Transliterasi Arab-Latin***

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*  
هَوْلَ : *hau-la*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِى	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُوْ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*  
رَمَى : *rāmā*  
قِيلَ : *qīla*  
يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

## 9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ بِاللَّهِ  
*dīnullāh billāh*

adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diterasliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ  
*hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,  
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad  
Ibnu)

### **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN .....	vii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR AYAT.....	xv
DAFTAR HADIS .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
ABSTRAK .....	xx
<b>BAB I     PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
 <b>BAB II     KAJIAN TEORI.....</b>	 <b>7</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	7
B. Deskripsi Teori.....	11
1. Strategi Pemasaran .....	11
2. Peningkatan Pendapatan.....	20
3. Ikan Gabus.....	24
4. Abon .....	26



C. Kerangka Pikir .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
B. Fokus Penelitian .....	29
C. Definisi Istilah .....	30
D. Desain Penelitian .....	30
E. Data dan Sumber Data .....	31
F. Instrumen Penelitian .....	31
G. Teknik Pengumpulan Data .....	32
H. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	33
I. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>36</b>
A. Deskripsi Data .....	36
B. Pembahasan .....	49
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
A. Simpulan .....	59
B. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Qs az-Zalزالah/ 99: 7-8 .....	13
Kutipan Ayat 2 Qs an-Nisa/4: 9 .....	15
Kutipan Ayat 3 Qs ar-Ra'd/13: 11 .....	21
Kutipan Ayat 4 Qs al-Qasas/28: 77.....	22



## DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Usaha .....	21
---------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel4.1 Tingkat Pendidikan .....	39
Tabel 4.2 Mata Pencaharian.....	40
Tabel 4.3 Pembagian Wilayah Desa dan Jumlah Penduduk.....	41



## ABSTRAK

**Hamita,** 2020. “Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu”. skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Fasiha dan Nur Ariani Aqidah.

Skripsi ini dilatar belakangi oleh suatu permasalahan yaitu, bagaimana strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu dan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu yang bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu serta untuk mengkaji faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiologis. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menggunakan teknik analisis data reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian yaitu bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu yaitu penjualan langsung promosi mulut ke mulut, produk (*product*), harga (*price*), pelayanan, promosi (*promotion*), tempat (*place*), dan proses (*process*). Dan yang menjadi faktor pendukung dalam strategi pemasaran abon ikan gabus ini melimpahnya ketersediaan bahan baku untuk diolah menjadi abon, banyaknya peminat abon ikan gabus, tingginya nilai ekonomis abon ikan gabus ini dimana juga memiliki protein manfaat yang tinggi, tidak membutuhkan modal yang terlalu besar. Dan faktor penghambatnya yaitu pengaruh cuaca (musim hujan), pengantarannya masih menggunakan kendaraan pribadi, cara promosi yang masih lemah, dan variasi rasa dan ukuran kemasan belum beragam. Sehingga solusinya yaitu Pemerintah Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu harus secara aktif membantu masyarakat dalam memberikan pelatihan dan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pengelolaan sehingga bisa memiliki produksi yang lebih berkembang dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Pendapatan Masyarakat

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah negara yang dikenal memiliki kekayaan sumber daya alam hayati yang sangat berlimpah. Salah satu kekayaan tersebut adalah perikanan yang cukup besar, terutama dalam keanekaragaman jenis-jenis ikan. Perikanan memiliki peranan yang cukup penting, terutama dalam upaya menaikkan kualitas dan kuantitas produksi yang digunakan untuk meningkatkan penghasilan dan kedudukan hidup masyarakat, menciptakan protein hewani untuk mencukupi kebutuhan pangan dan gizi, menaikkan ekspor, menyiapkan bahan baku, memberikan lapangan kerja dan kesempatan kerja, serta membantu pembangunan wilayah dan tetap memandang kelestarian dan fungsi lingkungan hidup.<sup>1</sup>

Pemerintah Negara Indonesia sebagai pemegang kekuasaan tertinggi harus mengatur dan mengurus negaranya sendiri. Sebagaimana yang tercantum dalam UUD Republik Indonesia Tahun 1945 yang mengamanahkan bahwa negara berkewajiban untuk melindungi seluruh bangsa Indonesia serta memajukan kesejahteraan dalam rangka menjadikan keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia.<sup>2</sup>

Persaingan usaha yang kompetitif, mengharuskan para pelaku bisnis yang ingin unggul dalam persaingan pasar yaitu dengan memberikan perhatian penuh

---

<sup>1</sup>Lina Syarafina, “*Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang*” (UIN Sumatera Utara Medan, 2019). 1.

<sup>2</sup>Evi Rahmawati, “*Peran Pendamping dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program Keluarga Harapan di Kecamatan Semarang Tengah*” (Universitas Negri Semarang, 2017).

terhadap strategi pemasaran yang dijalankan. Produk yang dipasarkan dibuat melalui proses yang berkualitas yang akan memiliki keunggulan yang mampu memberikan kesenangan bagi konsumen atas penggunaan produk tersebut.

Ikan gabus (*channa striata*) adalah salah satu ikan karnivora yang memiliki kandungan protein paling tinggi, yaitu 25,5% jika disamakan dengan ikan bandeng 20%, ikan kakap 20% dan ikan mas yang memiliki kandungan protein sebesar 16%. Dalam bidang kesehatan ikan gabus dapat menyembuhkan luka setelah operasi dalam waktu singkat, karena pada dagingnya ditemukan cukup tinggi kandungan albumin dibandingkan ikan air tawar lainnya, yaitu 64,61% dari total protein dalam ikan gabus.<sup>3</sup>

Membahas mengenai ikan gabus, hal yang langsung terlintas dipikiran sebagian kalangan masyarakat adalah baunya yang amis, sisik yang berlendir, memiliki kepala mirip ular dan merupakan ikan karnivora atau pemakan hewan lainnya, ikan gabus ini banyak ditemukan masyarakat di rawa-rawa tetapi tidak semua masyarakat mau untuk mengkonsumsi ikan gabus tersebut meskipun masyarakat tau bahwa kandungan dalam ikan gabus ini banyak mengandung gizi. Masyarakat memasarkan ikan gabusnya ke pasar dan juga ke masyarakat lainnya dengan harganya yang murah. Hal inilah yang menjadi permasalahan tersendiri bagi masyarakat di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, sehingga kepala Desa Pompengan membuat inovasi baru yaitu mengelola ikan gabus menjadi abon dimana abon merupakan suatu jenis makanan awet yang terbuat dari serat daging yang telah dikukus, dicabik-cabik, diberikan rempah-

---

<sup>3</sup>Mia Atika Arrosyidah, "Pengaruh Kepadatan *Maino Sp* (Crustacean Moinidae) Terhadap Kelangsungan Hidup dan Pertumbuhan Larva Ikan Gabus *Chana Striata*" (universitas gadja madah, 2018).

rempah, digoreng dan kemas. Sebagai upaya untuk mencegah melimpahnya tangkapan ikan gabus dimasa panen dan menjadikan abon ikan gabus ini sebagai makanan yang banyak manfaat dan berkualitas, sehingga memberikan keuntungan besar karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

Perdagangan dalam Islam tidak hanya mencari keuntungan saja tetapi juga nilai-nilai moral, sehingga tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli. Islam menegaskan bahwa dalam perdagangan bisnis yang halal dan jujur sesuai etika bisnis dalam Islam agar setiap orang menghasilkan penghasilan, menghidupi keluarga, dan memberikan bantuan kepada mereka yang kurang beruntung.

Terbentuknya produk abon ikan gabus ini membuat kepala Desa Pompengan membentuk sebuah kelompok yang disebut BUMDES dimana kelompok pengelolaan ikan gabus menjadi abon ini dimulai sejak tahun 2017 sampai saat ini. Usaha ini hanya dikelola 7 orang ibu-ibu rumah tangga dan BUMDES telah melakukan pameran ditahun 2019. Pemasaran abon ikan gabus ini dilakukan didalam dan diluar Desa Pompengan itu sendiri dengan cara offline seperti promosi dari mulut ke mulut.<sup>4</sup>

Pada tahun 2017 pemasaran abon ikan gabus belum dilakukan karena masih dalam pemantapan produk. Di mana melakukan uji laboratorium, pengurusan label halal dan surat perizinan usaha. Sedangkan pada tahun 2018 pemasarannya hanya dilakukan sekali dengan pendapatan Rp 400.000,00 dan konsumennya hanya para tetangga. Sedangkan pada tahun 2019 pendapatannya

---

<sup>4</sup> Alim Bacri, Kepala Desa Pompengan, "*Observasi*" tanggal 11 Desember 2019



meningkat Rp 1000.000,00 karena melakukan pameran dan konsumennya yaitu masyarakat di dalam dan di luar Desa Pompengan itu sendiri.<sup>5</sup>

Strategi pemasaran merupakan sebuah rencana atau kegiatan yang akan dilakukan untuk memasarkan sebuah produk abon ikan gabus karena pemasarannya masih menggunakan cara sederhana atau masih dalam skala kecil, yaitu dengan cara mulut kemulut dan hanya kepada warga sekitar. Oleh karena itu, para pengelola abon ikan gabus harus mampu merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga memiliki target dan sasaran untuk mencapai tujuan pemasaran dalam meningkatkan pendapatan. Kegiatan yang akan dilakukan untuk memasarkan abon ikan gabus sehingga memiliki target dan sasaran yaitu menentukan strategi pemasaran agar mempermudah kelompok BUMDES Desa Pompengan dalam memasarkan abon ikan gabusnya terutama dalam menganalisis berbagai kendala yang terjadi di lapangan sehingga dapat mengambil kebijakan atau strategi yang tepat untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh kelompok BUMDES Desa Pompengan sehingga dapat berjalan dengan normal dan berkembang.

Dari penjabaran di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu*”. Kegiatan ini dijadikan sebagai salah satu inovasi baru bagi desa untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

---

<sup>5</sup> Alim Bacri, Kepala Desa Pompengan, “*Observasi*” tanggal 11 Desember 2019.

## **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah yaitu batasan penelitian supaya jelas ruang lingkup yang akan diteliti. Oleh karena itu pada penelitian ini mengutamakan pada strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi masalah pokok yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengkaji strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu
2. Untuk mengkaji faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Sebagai referensi dan bahan pembandingan peneliti antara pelajaran yang didapat dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang berada di lapangan.
- b. Hasil penelitian dapat memberikan serta menambahkan pengetahuan tentang peningkatan pendapatan masyarakat Desa Pompengan melalui strategi pemasaran.

### **2. Manfaat praktis**

#### **a. Bagi masyarakat**

Mengharapkan kegiatan penelitian ini dapat memberikan ajaran umum tentang peningkatan pendapatan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan keluarga. Khususnya kelompok masyarakat Desa Pompengan.

#### **b. Bagi lembaga-lembaga yang terkait.**

Kegiatan penelitian ini diinginkan dapat memberikan sumbangsi yang penting bagi berbagai pihak yang membutuhkan informasi dan data-data tentang strategi pemasaran sebagai bahan tambahan untuk penelitian berikutnya.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Terdahulu yang Relevan

Merupakan penelitian yang digunakan sebagai referensi oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini dan dimanfaatkan untuk memperlihatkan keaslian maka penelitian tidak melakukan penjiplakan dari penelitian terdahulu. Untuk itu, peneliti secara ringkas akan memaparkan hasil dari penelitian terdahulu yang dijadikan referensi bagi peneliti.

1. Penelitian Muzayyanah dengan skripsi tentang “*strategi pemasaran usaha jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan kelompok wanita tani jamur berkembang Desa Banyumulek Kediri Lombok Barat*” yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber datanya merupakan data primer dan sekunder. Dimana penelitian ini mendapatkan hasil secara umum bahwa strategi yang dilakukan ada 2 faktor yakni internal dan eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini mempunyai kemiripan dengan penelitian penulis dimana tujuan penelitiannya sama-sama dalam peningkatan perekonomian masyarakat. Sedangkan yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yakni cara peningkatan pendapatannya dengan cara strategi pemasaran abon ikan gabus.

---

<sup>6</sup>Muzayyanah, “*Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram dalam Meningkatkan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Jamur Berkembang Desa Banyumulek Kediri Lombok Barat*” (Universitas Islam Negeri Mataram, 2018). xiv

2. Penelitian Muhammad Bagus Wicaksono dengan skripsi tentang *“potensi dan preferensi usaha budidaya buah naga sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam (studi di Desa Lempuyang Bandar Kecamatan Way Pengubuan Kabupaten Lampung Tengah)”*. Dengan menggunakan penelitian lapangan yang dilakukan dengan mengambil data yang berasal dari lokasi penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif atau bersifat menggambarkan yang bertujuan untuk mendapat gambaran yang sedang diteliti secara lengkap. Dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Untuk menjelaskan informasi yang jelas didapatkan pada pemilik usaha budidaya buah naga di Desa Bandar yaitu menggunakan teknik wawancara dan daftar pertanyaan dengan perbandingan *guttman* untuk mendapat gambaran terhadap masalah yang diteliti. Acuan dalam memilih usaha membudidaya buah naga yaitu untuk meningkatkan pendapatan guna melengkapi kebutuhan hidup, dan kemampuan usaha budidaya buah naga berjalan dengan lancar berdasarkan tempat budidaya buah naga yang mampu berkembang dipasaran dengan harga yang cukup tinggi.<sup>7</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama dalam meningkatkan pendapatan. Sedangkan yang menjadi pembedanya yaitu peningkatan pendapatan penelitian ini melalui budidaya buah naga.

---

<sup>7</sup>Muhammad Bagus Wicaksono, *“Potensi dan Preferensi Usaha Budidaya Buah Naga Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus di Desa Lempuyang Bandar Kecamatan Way Pengubuan Kabupaten Lampung Tengah).”* (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

Sedangkan penelitian penulis lebih terfokus kepada strategi pemasaran abon ikan gabus.

3. Penelitian Nurfadillah T dengan skripsi tentang *“Peranan Masyarakat Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Kenje Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar”* yang menggunakan penelitian kualitatif dan pendekatan sosiologis dan normatif yang memiliki hubungan lingkungan yang cocok dengan individu, sosial, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Masyarakat nelayan sebagai salah satu sumber data penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ada tiga tahapan teknik pengolahan dan analisis data diantaranya: reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Dengan hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa dalam kehidupan masyarakat nelayan baik itu suami atau pun istri sama-sama mempunyai hak dalam melengkapi kebutuhan dan keinginan keluarga yang dilaksanakan pada4 peranan yaitulingkungan rumah tangga, lingkungan pendidikan anak, dalam bidang ekonomi, maupun dalam masyarakat. Sehingga masyarakat nelayan yang berada di Desa Kenje melaksanakan pembinaan sumber daya manusia dalam bentuk keterampilan usaha dan pembangunan infrastruktur yang dibuat oleh istri-istri nelayan, juga mengikut sertakan para masyarakat nelayan lainya dalam pemberian dana.<sup>8</sup>
- Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu dari segi metode penelitian dan tujuan penelitiannya. Sedangkan yang menjadi pembeda

---

<sup>8</sup>Nurfadillah T, *“Peranan Masyarakat Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi di Desa Kenje Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar”* (Universitan Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016).

dengan peneliti yaitu peneliti lebih terfokus pada strategi pemasaran abon ikan gabus.

4. Penelitian Ida dengan skripsi tentang “*strategi pemasaran nilam dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus masyarakat Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara)*” dimana hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa strategi pemasaran nilam dalam meningkatkan pendapatan masyarakat adalah dengan strategi harga, strategi produk, strategi distribusi, dan strategi promosi. Faktor pendukung untuk strategi pemasaran nilam di Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara yaitu adanya penambahan pengetahuan para petani terutama dalam budidaya tanaman nilam. Adapun faktor penghambat yaitu karena adanya kesulitan dari petani dan peminat dalam menanam nilam karena sulit mendapatkan modal terutama untuk penyediaan bahan tanaman hasil kultur jaringan, pengelolaan dan pemasaran minyak nilam tersebut. Adapun solusi pemecahan masalah yang dihadapinya yaitu memberikan penyuluhan tentang budidaya tanaman nilam dan pemerintah setempat melakukan kerjasama agar lahan kehutanan milik petani dapat dimanfaatkan untuk ditanami tanaman nilam sehingga ketersediaan bahan baku dapat tercukupi.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yaitu dari segi tujuan penelitian. Sedangkan yang menjadi pembeda yaitu karena peneliti ini terfokus pada strategi pemasaran nilam, sedangkan penelitian penulis terfokus pada strategi pemasaran abon ikan gabus.

---

<sup>9</sup>Ida, “*Strategi Pemasaran Nilam dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara)*” (IAIN Palopo, 2015). vii

5. Penelitian Rizka Amalia dengan skripsi tentang “*strategi pemasaran warung coto Makassar dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus di Kelurahan Batupasi Kecamatan wara Utara Kota Palopo)*” metode penelitian yang dilakukan yaitu jenis penelitian kualitatif. Dengan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini memperlihatkan strategi pemasaran warung coto Makassar ini yaitu strategi produk berupa menyediakan produk yang isinya lebih banyak dan lebih bervariasi, strategi harga berupa harga yang terjangkau dengan produk yang lebih baik akan menarik minat pembeli, strategi distribusi berupa mengantarkan langsung pemesanan konsumen ketempat yang memesan dan strategi promosi yaitu memberikan potongan harga kepada pelanggan tetap.<sup>10</sup> Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis yaitu dari segi tujuan penelitian. Sedangkan yang menjadi pembeda yaitu penelitian ini terfokus pada strategi pemasaran warung coto Makassar sedangkan penelitian penulis terfokus pada strategi pemasaran abon ikan gabus.

## **B. Deskripsi Teori**

### **1. Strategi Pemasaran**

#### **a. Definisi strategi pemasaran syariah**

Strategi pemasaran syariah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Nilai inti dari pemasaran syariah adalah *integrasi* dan *transparansi*, sehingga marketer

---

<sup>10</sup>Rizka Amalia, “*Strategi Pemasaran Warung Coto Makassar dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus di Kelurahan Batupasi Kecamatan Wara Utara Kota Palopo)*” (IAIN Palopo, 2018). iii



tidak boleh bohong, dan orang yang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya bukan karena diskonnya.<sup>11</sup>

Pemasaran syariah ini adalah sebuah bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan volume dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya yang keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam, artinya bahwa seluruh proses pemasaran syariah tidak boleh bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.

Ada 4 karakteristik pemasaran syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar yaitu:<sup>12</sup>

- a) Teistis (rabhaniyyah) yaitu jiwa seorang syariah marketer menyakini bahwa hukum-hukum syariah yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, sempurna, selaras dengan segala bentuk kebaikan, dapat mencegah segala bentuk kerusakan, mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebar luaskan kemaslahatan. Seorang syariah marketer meskipun tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu menghindarkan segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk yang dijualnya. Sebab seorang syariah marketer

---

<sup>11</sup> Siti Maro'ah dan kawan-kawan, *Buku Ajar Marketing Syariah*, (Qiara Media,2019). 7 <http://books.google.co.id/books?id=2X6aDwAAQBAJ&jpg> .

<sup>12</sup> Siti Maro'ah dan kawan-kawan, *Buku Ajar Marketing Syariah*, (Qiara Media,2019). 31 <http://books.google.co.id/books?id=2X6aDwAAQBAJ&jpg> .

akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukannya akan dihisab.

Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Az-Zalzalah (99) ayat 7-8:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Terjemahnya:

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.<sup>13</sup>

- b) Etis (akhlaqiyyah), yaitu keistimewaan lain dari syariah marketer karena teistis (rabbaniyyah) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.
- c) Realistik (al-waqiyyah) yaitu syariah marketer adalah konsep pemasaran yang *fleksibel*, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamia yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya bekerja diwujudkan dalam bentuk ketulusan perusahaan dengan orientasi yang tidak hanya pada keuntungan perusahaan namun juga bermanfaat bagi masyarakat dalam arti sebenarnya.
- d) Humanistik (insaniyyah) adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewananannya dapat terkekang dengan panduan syariah humanistik, untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa

---

<sup>13</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemah*. (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005), 599.

memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga pemasaran syariah universal.<sup>14</sup>

Dalam pemasaran syariah terdapat 9 etika pemasar yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasarannya yaitu:

- 1) Memiliki kepribadian spiritual (takwa)
  - 2) Berprilaku baik dan simpatik (shidq)
  - 3) Berprilaku adil dalam bisnis (Al-Adl)
  - 4) Bersikap melayani dan rendah hati (Khidma)
  - 5) Menepati janji dan tidak curang
  - 6) Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)
  - 7) Tidak suka berburuk sangka (Su'uzh-zhann)
  - 8) Tidak suka menjelek-jelekkan (Ghibah)
  - 9) Tidak melakukan sogok (Riswah)
- b. Definisi strategi pemasaran

Menurut Agus Hermawan, strategi pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan kebijakan perusahaan untuk menciptakan tujuan-tujuan perusahaan yang sesuai dengan visi perusahaan. Strategi pemasaran dalam artian sempit yaitu suatu cara tertentu yang dilakukan oleh pemasar sebagai suatu tujuan untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan berkaitan dengan pasar. Sedangkan strategi pemasaran dalam arti luas yaitu strategi pemasaran terdiri dari tujuan, strategi dan taktik. Tujuan merupakan sesuatu yg dicari, sedangkan strategi

---

<sup>14</sup> Maro'ah dan kawan-kawan, *Buku Ajar Marketing Syariah*, (Qiara Media, 2019). 32  
<http://books.google.co.id/books?id=2X6aDwAAQBAJ&jpg> .

adalah alat untuk mencapai tujuan dan taktik spesifik tindakan atau pelaksanaan tindakan. Tujuan pemasaran untuk mengembangkan pangsa pasar yang dilakukan dengan strategi mengganti lini produk untuk mencapai segmen pasar baru, dan taktiknya yaitu dengan membawa merek baru dan berbagai promosi untuk pasar sasaran.<sup>15</sup>

Strategi pemasaran juga diartikan sebagai proses pengambilan keputusan yang telah direncanakan sebuah perusahaan untuk memperoleh suatu tujuannya. Dimana kegiatan pemasaran ini harus dilakukan dengan jujur tanpa ada kecurangan untuk mendapatkan keuntungan. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S An-Nisa (4) ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>16</sup>

Ayat di atas mengartikan bahwa seorang manusia tidak boleh memakan, memanfaatkan, dan menggunakan harta orang lain dengan jalan yang batil. Sehingga dalam melakukan pemasaran atau perdagangan harus dengan cara yang jujur agar penjual dan pembeli saling ridha dan saling ikhlas.

#### c. Strategi pemasaran

<sup>15</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012). 40.

<sup>16</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemah*. (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005), 83.

Dalam membuat strategi pemasaran, ada 2 variabel utama yang perlu dipertimbangkan yaitu:

- 1) Variabel yang dapat dikontrol oleh wirausaha
  - a) Segmentasi pasar yaitu perusahaan harus menargetkan strategi sasaran pemasarannya, apakah sasaran pemasarannya ditunjukkan keseluruhan masyarakat, atau cuman memasang segmen pasar yang tertentu saja. Ada beberapa cara yang dilakukan dalam menyusun antara lain:
    - (1) Berdasarkan geografis yaitu pasar dapat dipilih berdasarkan kebangsaan, provinsi, kota, dan sebagainya.
    - (2) Berdasarkan demografis yaitu pasar dibentuk berdasarkan faktor umur, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, jabatan, pendapatan, pendidikan, agama, suku, dan sebagainya.
    - (3) Berdasarkan psikografis yaitu segmentasi berdasarkan atas pengetahuan, sikap, pemakaian, atau respon konsumen terhadap suatu produk. Untuk membuat segmentasi perilaku maka perlu memberikan penilaian faktor-faktor seperti kejadian, manfaat, status pemakaian, tingkat pemakaian, dan kesetiaan.
    - (4) Pasar anggaran yaitu strategi pemastian anggaran dan jumlah anggaran untuk kegiatan marketing yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan pemasaran.
  - a) Pemilihan waktu, dimana perusahaan harus memperhatikan kapan akan melaksanakan pemasaran barang-barangnya atau kapan sebuah toko atau restoran harus dibuka.

(b) Bauran pemasaran ialah suatu kegiatan memadukan berbagai aktivitas marketing sehingga meraih paduan yang maksimal dan hasil yang memuaskan. Terdapat empat bagian yang ada dalam bauran pemasaran diantaranya *product, price, place, dan promotion*.

2) Variabel yang tidak dapat dikontrol

a) Kondisi pertarungan dimana perusahaan tidak bisa lengah dan mesti berusaha memaksimalkan produk dan pelayanan usaha sehingga tidak tersingkirkan oleh lawan baru.

b) Perkembangan teknologi yaitu pengusaha mesti memakai teknologi baru dengan cepat dari saingannya.

c) Perubahan demografi dimana sebagai penerus yang akan datang kecenderungan perkembangan penduduk bisa dilihat berlandaskan usia anak-anak masa sekarang ini.

d) Kebijakan politik dan ekonomi pemerintah dimana peralihan peraturan pemerintah sangat sulit dicegah oleh para pengusaha terutama dalam hal kredit bank.

e) Sumber daya alam yaitu berat memprediksi kapan sumber daya alam akan berakhir atau kapan didapatkan sumber daya alam yang baru.

f) Kaum produsen dapat menentukan harga dalam dua bagian yaitu harga tinggi dan harga rendah.

g) Kebijakan harga grosir

h) Kebijakan harga retailer.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Ali Musa Pasaribu, *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis* (Yogyakarta: Andi, 2012). 106

d. Perencanaan Pemasaran

Membahas mengenai strategi perusahaan, tak terlepas dengan perencanaan, pantauan atau acuan perusahaan, untuk meraih suatu tujuan perusahaan . Ada berbagai macam cara yaitu:

- 1) Menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana terlebih dahulu harus melakukan peninjauan pasar atau riset pemasaran. Dimana mesti ditujukan terhadap kebutuhan konsumen, termasuk barang atau jasa apa saja yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen, dan berapa jumlahnya.
- 2) Memilih pasar sasaran khusus, setelah memahami keinginan dan kebutuhan pembeli maka harus memilih pasar sasaran khusus adalah pasar individual, pasar khusus, dan segmentasi pasar. Ketiga alternatif pasar sasaran tersebut, disarankan untuk perusahaan sedang dan usaha yang baru.
- 3) Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan, dimana sangat berpengaruh pada keadaan lingkungan, dan persaingan pasar yang ada setiap harinya.
- 4) Memilih strategi pemasaran, dimana merupakan gabungan dari kemampuan wirausaha dengan hasil pemeriksaan dan penelitian pasar sebelumnya, dalam meningkatkan perkembangan strategi pemasaran.<sup>18</sup>

e. Bauran Pemasaran

- 1) *Product* (produk) adalah titik pusat dari aktifitas marketing. Dimana semua aktifitas dipakaisebagai penunjang untuk pemasaran produk, dan produk

---

<sup>18</sup>Dearlina Sinaga, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016). 146

yang dipasarkan harus sesuai dengan keinginan konsumen untuk saat ini hingga memperoleh perhatian yang serius.

- 2) *Price* (harga), yang dimaksud dengan harga disini bukan hanya yang murah saja atau yang tinggi, tetapi yang tepat. Dimana harga yang tepat tergantung dari faktor harga pokok barang, kemampuan masyarakat, kualitas barang, keadaan persaingan, sasaran konsumen dan sebagainya.
- 3) *Place* (tempat), sebelum produsen memasarkan produknya, sudah ada perencanaan bagaimana pola distribusi yang akan dilaksanakan. Dimana perantara berperan penting karena segala hal yang berhubungan dengan konsumen. Dapat kita bayangkan betapa sulitnya memasarkan produk jika tidak ada orang yang menjual, tidak ada toko, kios, supermarket, dan sebagainya.
- 4) *Promotion* (promosi), promosi dan produk tidak dapat dipisahkan. Karena promosi yaitu memberikan semangat kepada pembeli sehingga berkeinginan untuk membeli suatu produk dengan imbalan mendapat hadiah atau bonus tertentu.
- 5) *People* (penduduk), yaitu orang yang melayani, terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Dan dimana *people* (penduduk) ini adalah seorang pimpinan yang mengambil keputusan dan seorang karyawan yang melayani konsumen.
- 6) *Physical Evidence* (bukti fisik) harus dimiliki oleh perusahaan jasa, karena untuk penjualan jasa transportasi, konsumen akan mengawasi keadaan mobil yang digunakan.



- 7) *Process* (proses), dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan apakah cukup puas menerima jasa, cepat layanannya, bersih, rapi, akurat, tepat waktu, dan sebagainya.<sup>19</sup>

## 2. Peningkatan Pendapatan

### a. Definisi Pendapatan

Menurut Rosjidi pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan jumlah kewajiban perusahaan, yang berasal dari transaksi penyerahan barang dan jasa atau aktiva usaha lainnya dalam suatu periode yang dapat diakui dan diukur berdasarkan prinsip akuntansi.<sup>20</sup>

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan sebuah nilai yang paling banyak dikonsumsi oleh individu dalam suatu tahap dimana menginginkan situasi yang sama pada tahap akhir atau seperti keadaan sebelumnya.<sup>21</sup> Dengan kata lain pendapatan ini adalah harta/ uang dalam satu tahun ditambahkan dengan hasil yang diterima selama satu tahun itu, tidak hanya yang dikonsumsi.

Pendapatan dalam konsep manusia, dituntut untuk selalu berupaya mendapatkan suatu hasil guna untuk memperbaiki taraf kehidupannya. Karena tanpa usaha manusia tidak akan berubah. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Ar-Ra'd (13) ayat 11:

---

<sup>19</sup>Pasaribu, *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*.114

<sup>20</sup> Rosjidi, *Teori Akuntansi* (Jakarta, FEUI, 1990). 131 <http://books.google.co.id/books?id=2X6aDwAAQBAJ&jpg>

<sup>21</sup>Muhammad Bagus Wicaksono, “*Potensi Dan Preferensi Usaha Budidaya Buah Naga Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus Di Desa Lempuyang Bandar Kecamatan Way Pengubuan Kabupaten Lampung Tengah)*” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

لَهُ مُعَقِّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ تَحْفَظُونَهُ مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا  
بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُم مِّنْ  
دُونِهِ مِن وَّالٍ ﴿٢٢﴾

Terjemahnya:

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.<sup>22</sup>

Ayat di atas menjelaskan agar selalu berusaha untuk mengubah kehidupan menjadi lebih baik, karena tanpa adanya usaha kehidupan seseorang tidak akan berubah dan ayat ini menganjurkan untuk selalu bersyukur.

Pendapatan juga diartikan sebagai alat untuk mengukur kesejahteraan masyarakat, sehingga dengan pendapatan masyarakat bisa melihat atau mengetahui kesejahteraannya dengan hasil yang diterima dari gaji atau balasan yang telah dikerjakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Dalam memenuhi kebutuhan keluarga hukumnya fardu ain dan melaksanakannya juga termasuk dalam jihad. Hadis Rasulullah menyebutkan:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ الصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ

---

<sup>22</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemah*. (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005), 250

Terjemahnya:

“Tidaklah seorangpun memakan makanan sama sekali yang lebih bagus dari memakan dari hasil kerja tangannya sendiri dan Nabiyyullah Dawud dahulu memakan dari hasil kerja tangannya sendiri.” (Shahih, HR. Al-Bukhari)<sup>23</sup>

Meningkatkan pendapatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya merupakan dorongan di dalam Islam. Manusia berkewajiban untuk bekerja dengan baik melalui usaha yang baik dan halal. Ayat Al-Quran dan hadis Rasulullah juga sering mendorong ummatnya dalam berusaha meningkatkan pendapatan masyarakat sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Al-Qasas (28) ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ  
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ



Terjemahnya:

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.<sup>24</sup>

Ensiklopedia ekonomi mengatakan bahwa tingkat pendapatan (*income level*) yaitu tingkat kehidup yang diraih dan dinikmati oleh seseorang yang sesuai dengan

<sup>23</sup> Muhammad Ibnu Ismail Abu Abdillah Al-Bukhari Al-Ja'fi, *Shahih Bukhari*, Jus 3, (Cet 1; t.p: Tug Al-Najah, 1422 H), 128.

<sup>24</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemah*. (Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005). 394.

pendapatan mereka dari sumber-sumber pendapatan yang lain. Salah satu tandaberhasil tidaknya suatu daerah tergantung dari pendapatan. Bila pendapatan suatu daerah relatif lebih rendah, maka dapat dinyatakan bahwa kesejahteraan dan kemajuan akan rendah pula. Apabila jika pendapatan suatu daerah relatife lebih tinggi, maka dikatakan pula kesejahteraan dan perkembangan tersebut akan relatife lebih tinggi pula.<sup>25</sup>

b. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pendapatan

1) Pendidikan

Pendidikan seseorang sangat berpengaruh terhadap pekerjaan, jika pendidikan lebih tinggi makan jenis pekerjaan akan lebih tinggi pula sehingga hasil tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh suatu masyarakat.

2) Umur

Umur merupakan salah satu penyebab yang mempengaruhi pendapatan. U mur yang kisaran 15-64 tahun merupakan umur yang ideal bagi para pekerja. Sehingga semakin bertambahnya umur seseorang maka pendapatannya akan semakin meningkat, tapi tergantung dari pekerjaan yang dilakukan. Kekuatan seseorang untuk melakukan aktivitas sangat berpengaruh dengan umur karena jika umur seseorang telah melewati masa produktif, maka kekuatan fisiknya semakin menurun sehingga kemampuannya dan pendapatannya juga ikut menurun.

---

<sup>25</sup>Uswa, “*Pengaruh Pendapatan Masyarakat Petani Padi Terhadap Tingkat Pendidikan Anak di Kecamatan Gantarangkeke Kabupaten Banteng*” (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017).

### 3) Jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan juga merupakan satu satu penyebab yang mempengaruhi pendapatan. Jenis pekerjaan ini berpengaruh terhadap pendidikan seseorang, jika pendidikan yang diperoleh lebih tinggi maka pekerjaan pun akan tinggi dan hal tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh seseorang. Jadi pendidikan sangat mempengaruhi jenis pekerjaan yang akan dikerjakan seseorang.

## 3. Ikan Gabus

### a. Definisi ikan gabus

Ikan gabus yaitu jenis ikan air tawar karnivora yang menduduki kawasan Asia Tenggara, akan tetapi masih minim pengetahuan tentang sifat biologis dan sejarahnya. Jenis Ikan semacam ini dikenal sebagai ikan konsumsi dimana sering ditemukan di pasaran. Ikan gabus dengan ukuran kecil terlihat sangat menarik sehingga digunakan sebagai ikan hias dalam akuarium. Di Indonesia jenis ikan ini dikenal dengan berbagai macam nama berdasarkan daerah yaitu aruan dan haruan (Malaysia, Banjarmasin, Banjarnegara), kecolan (Betawi), bogo (Sidoarjo), bayong dan licingan (Bayumasi), kutuk (Jawa). Menurut Weber dan Beaufort (1922) menyebutkan gabus di daerah (Malaysia, Jawa), rajon (Sunda), deluk dan kuto (Jawa, Madura), dan haruan (Banjarmasin).<sup>26</sup>

Ikan gabus mempunyai manfaat dalam menambah kadar albumin dan daya tahan tubuh, mempermudah proses penyembuhan setelah operasi dan mempermudah penyembuhan luka dalam dan luka luar.

---

<sup>26</sup>Nurbakti Lisyanto dan Septyan Anriyanto, "*Ikan Gabus (Channa Striata) Manfaat Pengembangan Dan Alternatif Teknik Budidaya*," *Media Akuakultur* Volume 4 (2015).

Ikan gabus ini dikenal memiliki protein tinggi di banding ikan tawar dan ikan laut lainnya. Karena protein ini sangat dibutuhkan oleh tubuh setiap saat. Habitat ikan gabus pada dasarnya ditemukan diperairan dangkal seperti rawa-rawa dan sungai. Ikan gabus sering mencari ditempat gelap, berlumpur, berarus, dan bebatuan untuk bersembunyi.

Ikan gabus sangat banyak ditemukan di Asia. Dengan penyebarannya begitu luas mulai dari Cina, India, Srilangka,, Pakistan, Birma, Nepal, Banglades, Singapura, Malaysia, Philipina Dan Indonesia.

b. Jenis-Jenis Ikan Gabus

Dari hasil penelitian diperoleh 4 spesies ikan dari ikan gabus (*genus channa*) yaitu ikan *channa striata*, *channa micropeltes*, *channa lucius* dan *channa pleuroptalamus*.

1) *Channa striata* (gabus, ruan)

Jenis ikan ini memiliki panjang 10-17cm, berat 80-250 gram/ekor dan memiliki warna agak hitam jika hasil tangkapan di rawa dan agak pudar jika hasil tangkapannya di tepi sungai. Dan lingkungan hidupnya hanya di tepi/pinggiran perairan.

2) *Channa Micropeltes* (Toman)

Jenis ikan ini memiliki panjang 15-25cm, berat 500-1500 gram/ekor, dan memiliki garis linea lateralis berwarna hitam di sepanjang tubuh, dan totol di tubuhnya berwarna hitam, bagian perut warna putih. Dimana jenis ikan ini sering di temuukan di sungai dengan kedalaman air lebih dari 2 meter.

3) *Channa pleuophtalamus* (serandang)

Jenis ikan ini memiliki panjang 8-18 cm, berat 20-200 gram/ekor dan memiliki totol hitam di tubuh (bagian tutup insang dan badan serta pangkal ekor) sisiknya berwarna kuning-kuningan, perak dan hitam. Yang sering di jumpai di sungai dan rawa-rawa dengan kedalaman air lebih dari 1-4 meter.

4) *Channa licius* (bujuk)

Jenis ikan ini memiliki panjang 10-15 cm berat 20-100 gram/ekor dengan warna tubuh lebih gelap, sepanjang tubuh berupa loreng hitam, tengah badan berselang-seling motif hitam dikelilingi warna kecoklatan, bentuk kepala lebih lancip. Yang sering ditemukan di rawa-rawa dengan kedalaman air 1-2 meter.<sup>27</sup>

#### 4. Abon

a. Definisi Abon

Menurut Antri Jayadi, abon ikan merupakan olahan hasil perikanan yang dibuat dari daging ikan, melalui proses pengolahan seperti penggilingan dan penambahan bahan pelengkap dan penyedap sehingga bagus dalam pembuatannya.<sup>28</sup>

Abon merupakan jenis makanan kering dan awet yang memiliki aroma dan rasa yang khas dimana dibuat dari daging yang direbus, disayat-sayat, diberi bumbu, digoreng setelah itu dipres. Diman abon ini melalui suatu proses pengawetan yaitu kombinasi antara perebusan dan penggorengan dengan menambahkan beberapa bumbu-bumbu masakan.

b. Metode Pengolahan Abon

---

<sup>27</sup>Muslim, “*Jenis-Jenis Ikan Gabus (Genus Channa) Di Perairan Rawa Banjiran Sungai Kelekar Indralaya Ogan Ilir Sumatera Selatan*” (universitas Sriwijaya, 2015).

<sup>28</sup>Antri Jayadi, “*Pengaruh Suhu Penyimpanan dan Jenis Kemasan Terhadap Mutu Abon Ikan Terbang*,” Pendidikan Teknologi Pertanian 2 (2016).

Metode pengolahan abon ikan adalah sebagai berikut:

- 1) Ikan dicuci dan disiangi, kemudian dicuci kembali sampai bersih, ikan kemudian dikukus dengan air yang telah mendidih selama 20 menit.
- 2) Daging ikan selanjutnya dipisahkan secara manual dari duri dan kulit, setelah itu serat daging dicabik-cabik sampai halus.
- 3) Blender bumbu-bumbu kecuali lengkuas dan daun serai setelah itu digoreng dengan minyak sebanyak 10 ml dan diaduk-aduk, kemudian masukkan lengkuas dan serai sampai mengeluarkan aroma wangi. Lalu cabikan ikan dimasukkan sedikit demi sedikit sambil diaduk.
- 4) Untuk campuran cabikan ikan dan bumbu yang hampir kering tersebut digoreng dengan minyak sebanyak 10 ml yang panas yang suhunya kurang lebih  $178^{\circ}\text{C}$  selama 5 menit sampai berwarna kuning kecoklatan, proses penggorengannya dilakukan sampai benar-benar kering selama 45 menit pada suhu  $122^{\circ}\text{C}$ . kemudian dipres secara manual.
- 5) Selanjutnya abon didinginkan agar tidak memiliki uap air setelah itu dikemas.<sup>29</sup>

Abon ini merupakan olahan yang tahan lama karena melalui proses penggilingan, penggorengan, dan pengeringan sehingga mendapatkan bentuk yang kering, renyah dan gurih.

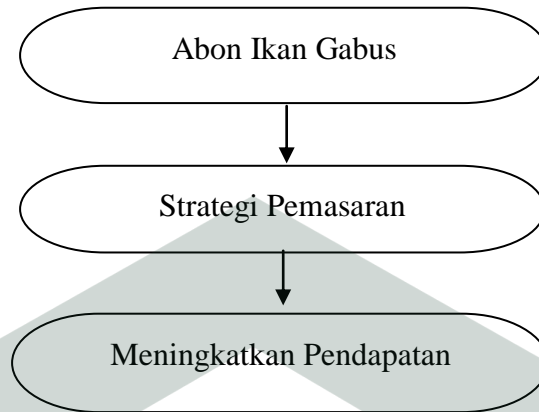
---

<sup>29</sup>Mustar, “Studi Pembuatan Abon Ikan Gabus (*Ophiocephalus Striatus*) Sebagai Makanan Suplemen” (Universitas Hasanuddin Makassar, 2015).



### C. Kerangka Pikir

Adapun yang menjadi kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari kerangka pikir di atas dapat dilihat bahwa abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu menggunakan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya, dimana strategi pemasaran adalah salah satu alat jitu untuk meningkatkan hasil penjualan. Strategi penjualan yang digunakan masyarakat adalah promosi, harga dan produk untuk menarik banyak konsumen. Setelah hasil penjualan meningkat maka penerapan strategi pemasaran oleh masyarakat dapat meningkatkan pendapatan atau hasil penjualan.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan sosiologis yang merupakan sebuah penelitian untuk mempelajari kehidupan masyarakat.

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Di mana merupakan bagian pengumpulan data sesuai dengan ungkapan hati, sikap, dan tingkah laku mereka yang diteliti penulis.<sup>30</sup> Dan juga bertujuan untuk menggambarkan dan menguraikan pemikiran orang secara individu maupun kelompok.

##### **B. Fokus Penelitian**

Fokus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Penulis menentukan lokasi penelitian di Desa Pompengan karena merupakan tempat yang belum pernah diteliti mengenai peningkatan pendapatan masyarakat selama menggunakan strategi pemasaran untuk produk abon ikan gabus tersebut dan juga merupakan tempat strategis yang berhubungan dengan masalah yang telah dipaparkan. Sedangkan batasan untuk penelitian ini diperkirakan sekitar satu bulan.

---

<sup>30</sup>Robert Bogdan, *Kualitatif (Dasar-Dasar Penelitian)* (Surabaya: Usaha Nasional, 1993).

### **C. Definisi istilah**

Definisi operasional yaitu menjelaskan permasalahan yang akan diteliti, sehingga perlu diberikan ruang lingkup. Dimana ruang lingkup penelitian ini menyangkut tentang masalah strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Adapun variabel-variabelnya yaitu:

1. Strategi pemasaran adalah keputusan dalam sebuah perusahaan yang memastikan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebi jaksanaan utama dan merencanakan pencapaian tujuan serta memastikan tujuan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan.
2. Peningkatan pendapatan, merupakan suatu usaha yang dilakukan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya terhadap suatu benda atau jasa yang dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat tersebut.
3. Abon ikan gabus, yaitu jenis makanan tahan lama yang dikukus, dicabik-cabik kemudian ditambahkan dengan bumbu-bumbu penyedap rasa

### **D. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dan studi kasus. Penelitian survey dilakukan dengan metode analisis wacana, dan studi kasus dilakukan dengan teknik etnografi dengan wawancara mendalam dan observasi sebagai teknik pengumpulan datanya.

## **E. Data dan Sumber data**

### **1. Data primer**

Yaitu sebuah data yang diperoleh secara langsung dari penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data secara langsung dari informan sebagai data yang dicari.<sup>31</sup> Data yang dimaksud yaitu data dari kelompok masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu yang diperoleh dengan wawancara langsung kepada responden peneliti.

### **2. Data sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diterima dari bagian tertentu yang sangat bersinggungan terhadap penelitian, dimana didapatkan dengan cara:

- a. Pencatatan, yaitu catatan dari laporan-laporan yang mendukung penelitian
- b. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan membaca referensi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Data sekunder juga biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen misalnya data mengenai keadaan demografis suatu daerah, data mengenai produktifitas, suatu perguruan tinggi, data mengenai persediaan pangan disuatu daerah dan sebagainya.<sup>32</sup>

## **F. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, peneliti menjadi *human instrument* yang berfungsi

---

<sup>31</sup>Rizqi Choironi, “Pemberdayaan Masyarakat Berbasisi Potensi Lokal Melalui Pengelolaan Limbah Cangkang Kerang di PKBM Kridatama Desa Sendang Sikucing Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal” (universitas Islam Negeri Walisongo, 2018).

<sup>32</sup>Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Surabaya: PT RajaGrafindo, 2012). 39

menetapkan fokus penelitian, memilih informan, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan.

#### **G. Teknik pengumpulan data**

Teknik mengumpulkan sebuah data dalam proses penelitian. Penulis menggunakan tiga metode pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Observasi (pengamatan)**

Peneliti mengadakan peninjauan serta pencatatan-pencatatan tentang pelaku atau sasaran, dalam hal ini kelompok masyarakat pembuat abon ikan gabus di Desa Pompengan kecamatan lamasi kabupaten luwu. Untuk kelengkapan peneliti, peneliti menggunakan *field notes* untuk peneliti di lapangan.

##### **2. Wawancara (interview)**

Merupakan proses percakapan yang bertujuan untuk mengetahui secara lisan mengenai orang, kegiatan, kejadian, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya.<sup>33</sup> Dimana 2 orang atau lebih secara langsung berhadapan dengan responden. Responden yang dimaksud disini yaitu kelompok masyarakat pembuat abon ikan gabus di Desa Pompengan yang berjumlah 7 orang.

##### **3. Dokumentasi**

Yaitu suatu metode yang dilakukan penulis demi memperoleh data dengan cara mencatat dan mengambil data-data dokumentasi. Kegiatan ini dilakukan agar dokumen tersebut dapat membantu dalam pemecahan masalah-masalah dalam penelitian yang dilakukan di Desa Pompengan yang telah ditetapkan dan telah dijadikan objek penelitian oleh peneliti.

---

<sup>33</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).155

## H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, instrument utamanya adalah manusia karena yang diperiksa adalah keabsahan datanya. Untuk menguji kredibilitas data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Teknik triangulasi adalah menjangkar data dengan berbagai metode dan cara dengan menyilangkan informasi yang diperoleh agar data yang didapatkan lebih lengkap dan sesuai yang diharapkan. Setelah mendapatkan data yang jenuh yaitu keterangan yang didapat dari sumber-sumber data telah sama maka data yang didapatkan lebih *kredibel*.

Jadi setelah penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian data hasil dari penelitian itu digabungkan sehingga saling melengkapi.

## I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memakai jenis analisis data kualitatif yang merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengelompokkan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan mendapatkan pola, mendapatkan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>34</sup>

Proses analisis data diawali dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Selanjutnya ditelaah dengan cara sebagai berikut:

---

<sup>34</sup>Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011). 248

1. Reduksi data, yaitu proses pengadministrasian dan pengolahan data menjadi tahap yang krusial dalam penelitian kualitatif, karena data seringkali masih bercampur antara data yang signifikan dengan data yang tidak signifikan dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, penelitian seharusnya mengenali karakteristik data yang telah dikumpulkan dengan membacanya dengan teliti, kemudian dipilih antara data yang signifikan dan data yang tidak signifikan dengan cara dikodekan, dikategorisasikan dan diberi tema yang harus mempresentasikan kekayaan data. Data yang direduksi peneliti yakni data keseluruhan yang menyangkut strategi pemasaran masyarakat di Desa Pompengan yang diperoleh dari kepala desa dan Pembina desa.
2. Penyajian data, merupakan data yang didapatkan dari reduksi data. Dalam penyajian data penulis menyajikan hasil penelitian dimana temuan-temuan baru dikaitkan dengan penelitian terdahulu. Tujuan penyajian data dalam penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan hal-hal yang menarik dari masalah yang diteliti, metode yang digunakan, penemuan yang diperoleh, penafsiran hasil, dan pengintegrasian dengan teori.

Penarikan kesimpulan, pada bagian ini penulis membuat kesimpulan dari proses reduksi data dan penyajian data, karena tahap-tahap analisis data kualitatif merupakan proses yang interaktif dan berulang-ulang. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini seperti pembuatan bola salju, dimulai dari sekepal salju yang rapuh kemudian membesar dan menjadi bola salju yang padat dan tidak mudah pecah. Kesimpulan awal yang terbentuk sering kali masih mudah goyah, sehingga peneliti melakukan proses interaktif antara membandingkan teori dengan data dan

menganalisis data yang ada dan data tambahan dan mencoba menarik kesimpulan lagi sampai menemukan kesimpulan yang kuat.<sup>35</sup>



---

<sup>35</sup>Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data* (Yogyakarta: Andi, 2018). 299.



## BAB IV

### DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Profil UKM Abon Ikan Gabus

###### a. Sejarah Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu

Sejarah Desa Pompengan diawali dengan datangnya sekelompok masyarakat dari berbagai suku dan golongan, pribumi dari daerah Pegunungan Wal-Mas, Toraja, Jawa dan Luwu Pesisir pada tahun 1930an. Yang dulunya masih dalam wilayah Waelenrangnge (Air Keru) atau sekarang disebut Walenrang kemudian Tahun 1965 terbentuk desa yang Disebut Desa Lamasi Pantai pada saat itu dijabat oleh (Oemar) dan pada Tahun 1985 dimekarkan menjadi Desa Persiapan Pompengan yang dijabat oleh (Muh.Husain) yang sebelumnya dinamakan Kampung Sinangkala biasa juga orang dari luar daerah menyebut Pollo'padang ( Daerah paling Jauh di hilir).<sup>36</sup>

###### b. Visi dan misi Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu

Visi Pembangunan Desa Pompengan untuk 6 (enam) tahun kedepan (2016-2021) yaitu mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas serta memiliki daya saing, sejahtera, aman dan religius.

Misi pembangunan Desa Pompengan dalam jangka waktu 2016-2021 yaitu:

- 1) Pembangunan sarana dan prasarana umum yang memadai.

---

<sup>36</sup> Alim Bachri. D, *profil Desa pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, Observasi*, tanggal 21 Desember 2019

- 2) Mendorong peningkatan sektor usaha kecil dan menengah.
- 3) Mengembangkan kualitas sumber daya manusia dan pengetahuan masyarakat tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara.
- 4) Meningkatkan derajat pendidikan dan kesehatan masyarakat.
- 5) Menggiatkan kegiatan pembinaan keagamaan, seni, budaya dan olahraga.
- 6) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam usaha pembangunan desa.
- 7) Melaksanakan pembangunan desa secara transparan, efektif, efisien, demokratis dan *accountable*.<sup>37</sup>

c. Kondisi Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu

1) Letak geografis

Desa Pompengan adalah sebuah desa dari Sembilan (9) desa yang ada di Kecamatan Lamasi Timur Kabupaten Luwu. Desa Pompengan merupakan daerah yang tidak jauh dari Kecamatan Lamasi Timur, terbagi dalam Lima (5) wilayah Dusun yakni Dusun Kaju Datu, Dusun To'kaili, Dusun Bakong, Dusun Terpadu dan Dusun Lemoe. dibagian utara Desa Pompengan Utara dan Desa Bulolondong, bagian selatan Desa Pompengan Tengah, sebelah barat Desa Kendekan dan Kecamatan Walenrang Timur, dan sebelah timur Desa Pombakka Kabupaten Luwu Utara.

2) Iklim Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu

Keadaan iklim di Desa Pompengan terdiri dari : musim hujan, kemarau. Dimana musim hujan biasanya terjadi antara Bulan Februari s/d Juni, musim kemarau antara bulan Juli s/d Januari.

---

<sup>37</sup> Alim Bachri. D *profil Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, Observasi*, tanggal 21 Desember 2019..

3) Tingkat pendidikan masyarakat Desa Pompengan

Tabel 4.1 Tingkat Pendidikan

<b>Rekapitulasi Penduduk Berdasarkan tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>
Sedang D-3/sederajat	7
Sedang S-1/sederajat	9
Sedang SD/sederajat	103
Sedang SLTA/sederajat	56
Sedang SLTP/Sederajat	74
Sedang TK/Kelompok Bermain	39
Tamat D-3/sederajat	18
Tamat S-1/sederajat	11
Tamat SD/sederajat	227
Tamat SLTA/sederajat	98
Tamat SLTP/sederajat	124
<b>Total</b>	<b>766</b>

Sumber : Profil Desa (Data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel 4.1 data tingkat pendidikan masyarakat Desa Pompengan bahwa jumlah penduduk berdasarkan pendidikan keseluruhan berjumlah 766 jiwa. Dimana jumlah sedang D-3/sederajat sebanyak 7 jiwa, Sedang S-1/sederajat sebanyak 9 jiwa, Sedang SD/sederajat sebanyak 103 jiwa, Sedang SLTA/sederajat sebanyak 56 jiwa, Sedang SLTP/Sederajat sebanyak 74 jiwa, Sedang TK/Kelompok Bermain sebanyak 39 jiwa, Tamat D-3 sebanyak 18

jiwa, Tamat S-1 sebanyak 11 jiwa, Tamat SD sebanyak 227 jiwa, Tamat SLTA sebanyak 98 jiwa, dan Tamat SLTP sebanyak 124 jiwa.

4) Pencaharian masyarakat Desa Pompengan

Tabel 4.2 Mata Pencaharian

<b>Rekapitulasi Penduduk Berdasar Mata Pencaharian</b>	<b>Jumlah</b>
Bidan swasta	2
Buruh Harian Lepas	47
Buruh Tani	431
Karyawan Perusahaan Swasta	38
Karyawan Swasta	5
Pegawai Negeri Sipil	5
Perangkat Desa	8
Petani/Peternak	232
Tukang Batu	6
Wiraswasta	4
<b>Total</b>	<b>780</b>

Sumber : Profil Desa (Data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel 4.2 data mata pencaharian masyarakat Desa pompengan mayoritas bekerja sebagai buruh tani dengan jumlah sebesar 429 orang, disusul pekerja petani/peternak dengan jumlah 232 jiwa, selanjutnya buruh harian lepas sebanyak 47 jiwa, karyawan perusahaan swasta sebanyak 38 jiwa, perangkat desa sebanyak 8 jiwa, tukang batu sebanyak 6 jiwa, pegawai negeri

sipil sebanyak 5 jiwa, karyawan swasta juga sebanyak 5 jiwa, wiraswasta sebanyak 4 jiwa, bidang swasta sebanyak 2 jiwa.

5) Pembagian Wilayah Desa dan jumlah penduduk

Tabel 4.3. Pembagian Wilayah Desa dan jumlah penduduk

<b>Nama Dusun</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah penduduk</b>	<b>Jumlah KK</b>
Kaju Datu	103	99	202	42
To'kaili	173	163	336	67
Bakong	109	93	202	48
Terpadu	105	93	198	46
Lemoe	94	90	184	37
Total	584	538	1122	240

Sumber : Profil Desa (Data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel 4.3 data pembagian wilayah desa dan jumlah penduduk menunjukkan bahwa dusun To'kaili merupakan dusun yang memiliki jumlah penduduk terbanyak dibandingkan dusun lainya yaitu sejumlah 336 jiwa, Kemudian disusul dengan dusun kaju datu yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 202 jiwa, selanjutnya dusun bakong dengan jumlah penduduk sebanyak 202 jiwa, dan dusun terpadu dengan jumlah penduduk sebanyak 198 jiwa, dan yang terakhir dusuna lemoe dengan jumlah penduduk terendah sebanyak 184 jiwa.

## **2. Gambaran umum kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu**

### **a. Sejarah terbentuknya kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu**

Desa Pompengan merupakan salah satu desa tertua di Kecamatan Lamasi Timur yang sudah dimekarkan menjadi beberapa desa yang diketahui mempunyai banyak potensi terutama dibidang perikanan air tawar. Sebagai salah satu desa langganan banjir di Kabupaten Luwu, Desa Pompengan mencoba bangkit dari pemberitaan media yang hanya mengabarkan desa tersebut saat terjadi banjir. Dengan kondisi alam tersebut Pemerintah Desa mencoba membuat terobosan dengan memanfaatkan potensi yang ada khususnya dibidang perikanan air tawar.

Melalui dana desa tahun 2017 ini pemerintah desa dalam hal ini Alim Bahri selaku Kepala Desa Pompengan bersama ibu PKK Desa yang didampingi oleh Pendamping Desa P3MD (PLD/PD) dan TPID Lamasi Timur mencoba membuat inovasi didesa dengan mengelola ikan gabus menjadi sebuah abon sehingga lebih ramah dan disukai anak-anak atau masyarakat yang tidak suka makan ikan gabus dengan dimasak, digoreng, atau dibakar.

Awalnya ikan gabus ini hanya dikonsumsi keseharian warga desa yang sangat banyak populasinya, didesa tersebut melalui dana desa ibu-ibu PKK mencoba membuat abon ikan gabus yang sudah sangat dikenal masyarakat khasiatnya.

Ikan gabus merupakan jenis ikan yang banyak dijumpai diperairan Indonesia. Jika dilihat dari bentuknya hampir sama dengan ikan lele akan

tetapi tidak memiliki surai atau kumis. Ikan gabus ini merupakan salah satu ikan yang mempunyai protein paling tinggi dibanding dengan ikan lainnya.<sup>38</sup>

b. Visi dan misi dalam kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu

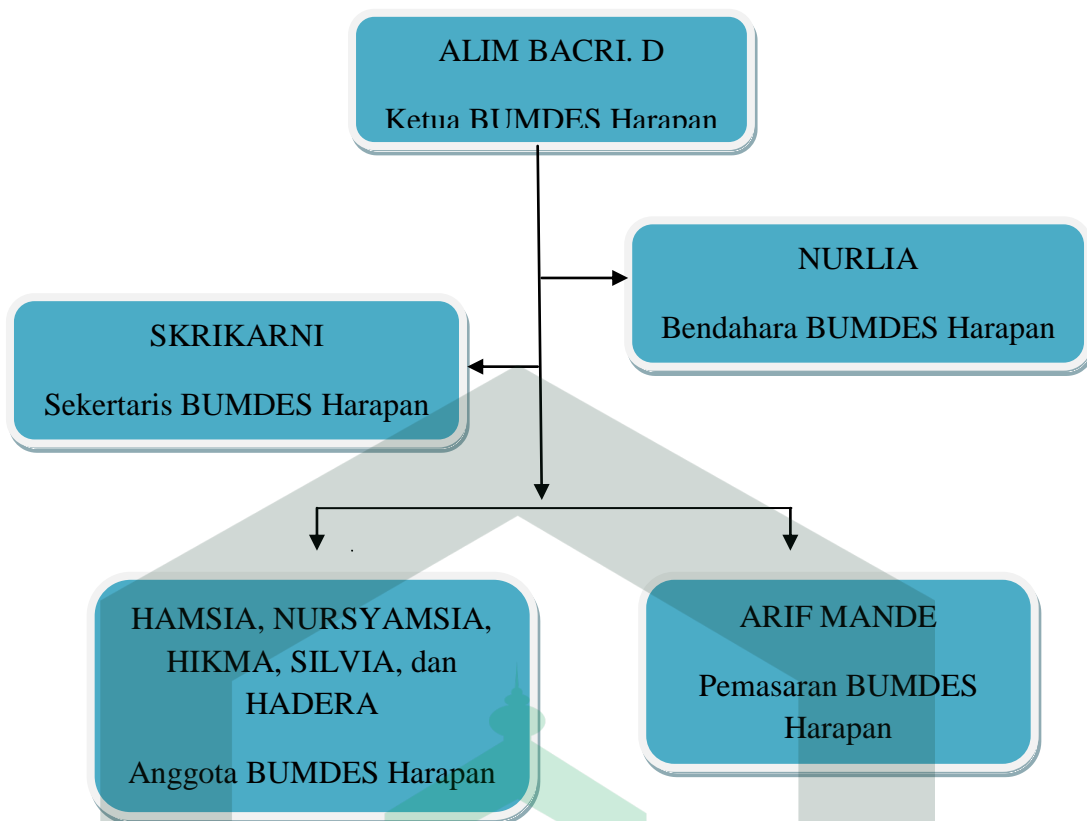
Visi pengelolaan abon ikan gabus yaitu membantu menambahkan penghasilan keluarga kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Sedangkan misinya yaitu:

- 1) Berupaya mengurangi pengangguran dengan membentuk lapangan pekerjaan sendiri.
  - 2) Memberdayakan masyarakat khususnya di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu untuk lebih kreatif dan percaya diri.
  - 3) Membantu kegiatan pemerintah untuk anak/balita sehat yang selalu gemar makan ikan berprotein tinggi.<sup>39</sup>
- c. Struktur organisasi BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi kabupaten Luwu.

---

<sup>38</sup> Alim Bachri. D, Kepala Desa Pompengan, *Observasi*, tanggal 21 Desember 2019

<sup>39</sup> Alim Bachri. D profil Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, *Observasi*, tanggal 21 Desember 2019.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

**3. Analisis Strategi pemasaran abon ikan gabus dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu**

Strategi untuk meningkatkan pendapatan ekonomi sangat diperlukan oleh kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu dalam memasarkan produk yang dimiliki untuk mendapatkan hasil yang memuaskan di dalam pasar pasar sasarannya. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi manajemen dalam memasarkan produknya begitu juga dengan kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Adapun strategi yang dilakukan oleh kelompok ibu-ibu



pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu tersebut yaitu:

a. Meningkatkan permintaan pelanggan

Dengan kualitas produk yang baik, maka konsumen akan menjadi setia dan percaya akan kualitas dan kesehatan produk yang dihasilkan oleh kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu di buktikan dengan meningkatkan permintaan konsumen terutama pelanggan tetap. Inilah yang menjadi peluang bagi kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu dalam mengembangkan usahanya.

b. Penjualan langsung, promosi dari mulut ke mulut.

Dalam memasarkan produk perusahaan pasti melakukan segala cara untuk mendapatkan konsumen sesuai pasar sasaran dan pasti ingin setiap produk yang dimiliki selalu diminati oleh para konsumen. Tentu sama halnya dengan kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu dalam melalui penjualan langsung dan dari mulut ke mulut. Penjualan secara langsung atau eceran akan memudahkan produk yang ditawarkan bisa dikenal dan dijangkau oleh masyarakat.

Demikian bentuk strategi yang digunakan ini merupakan hal yang sangat berguna dalam kelancaran pemasaran produk yang dimiliki dan bisa dikenal dalam kalangan masyarakat.

c. *Trend Gaya Hidup Sehat Manusia*

Saat ini konsumen sangat bijaksana dalam memilih sebuah produk *trend healty life* yang semakin memasyarakat. Konsumen lebih memilih produk aman dan sehat untuk di konsumsi. Salah satu produk yang aman yaitu tanpa bahan pengawet. Produk olahan kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan ini diproduksi tanpa menggunakan bahan pengawet dan bahan-bahan penyedap rasa. Sehingga konsumen akan merasa aman untuk mengkonsumsi produk ini. Selain itu, kandungan gizi dan manfaat yang di kandung abon ikan gabus ini merupakan pilihan makanan yang baik untuk di konsumsi oleh semua kalangan umur. Keadaan ini menjadi peluang oleh kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan dalam memasarkan produknya.

d. *Produk*

Di dalam sebuah produk, konsumen pasti akan melihat dari segi kualitasnya. Produk akan diminati jika kualitas yang dimiliki bagus dan tidak ada kerusakan. Produk merupakan penentu pertama untuk mendapatkan hati para konsumen atau pelanggan, para konsumen akan tertarik jika produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai kualitas, kinerja atau sifat-sifat inovasi terbaik. Sebagaimana Islam memerintahkan untuk mengawasi kualitas produk, barang yang dijual harus jelas kualitasnya, sehingga para pembeli bisa memberikan penilaian tentang produk tersebut.

e. Harga (*Price*)

Harga merupakan penentu sebuah produk. Dalam hal ini kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan menggunakan harga sesuai harga pasar dan kisaran harganya diberikan yaitu dengan harga Rp 100.000/200 gr dan Rp 50.000/100gr. Harga produk yang ditawarkan sangatlah terjangkau sesuai daya beli konsumen karena kemampuan konsumen menjadi prioritas utama dalam mempertimbangkan harga.

f. Promosi (*Promotion*)

Dalam suatu strategi tertentu harus ada produk yang dipromosikan. Dengan adanya promosi produk mudah dikenal dan diketahui oleh kalangan masyarakat, promosi yang dilakukan oleh para pengelola abon ikan gabus masih bersifat sederhana yakni dengan cara promosi menggunakan penjualan langsung dan dari mulut ke mulut atau *personal selling* yang bertujuan untuk mengajak pelanggan untuk membeli produk yang dijual. Hal ini memang mendatangkan konsumen dan konsumenpun bisa ikut mempromosikan abon ikan gabus, namun cara ini tidak memperkenalkan abon ikan gabus secara meluas atau secara internasional sehingga perlu ditingkatkan lagi dengan cara promosi online.

g. Tempat (*Place*)

Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang strategis dan efisien. Kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES harapan sudah memiliki bangunan atau tempat yang menurutnya strategis dalam melakukan pemasaran produknya yaitu di kantor Desa Pompengan Kecamatan Lamasi kabupaten Luwu.

h. Proses (*Process*)

Selain tempat yang strategis tidak terlepas juga dari proses pembuatan produk baik dalam pembuatan produk bahan mentah menjadi bahan siap saji seperti abon ikan gabus. Dalam proses pembuatan abon ikan gabus diutamakan keseriusan agar dalam proses pembuatan tidak terjadi kesalahan.

i. Orang (*People*)

Orang merupakan penentu dalam mendapatkan produk yang baik. Orang disini dimaksudkan mereka yang terlibat langsung ataupun tidak langsung dalam pemasaran. Maka dari itu sangat perlu memberikan pelatihan kepada setiap anggota sehingga bisa mencapai tujuan yang diharapkan.

**4. Analisis faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu**

a. Analisis Faktor Pendukung

Dalam kegiatan pemasarannya, terdapat beberapa faktor pendukung usaha yang dilakukan yaitu:

1) Melimpahnya ketersediaan bahan baku untuk diolah menjadi abon

Melimpahnya ketersediaan bahan baku mempermudah para pengelola dalam memperolehnya dan meningkatkan produksi abon ikan gabus untuk menunjang keberhasilan usaha ini. sehingga bisa meningkatkan pendapatan masyarakat yang memperolehnya dan kelompok ibu-ibu pengelola. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Alim Bachri.D bahwa faktor inilah yang

menyebabkan mereka membuat ivosi baru di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu.

2) Banyaknya peminat abon ikan gabus

Banyaknya peminat abon ikan gabus ini merupakan salah satu keberhasilan dalam sebuah usaha. Sehingga banyaknya peminat menjadi salah satu peluang bagi pengusaha untuk memproduksi lebih banyak lagi dan menandakan produk ini memiliki kualitas dalam pemasaran.

3) Tingginya nilai ekonomis abon ikan gabus serta memiliki protein dan manfaat yang tinggi.

Tingginya nilai jual abon ikan gabus ini merupakan peluang besar bagi para pengusaha abon ikan gabus karena memiliki banyak ketersediaan bahan baku dan pengelolaan juga tidak sulit.

4) Tidak membutuhkan modal yang terlalu besar.

Salah satu faktor pendukung ini, menunjang berkembangnya sebuah usaha karena mampu memproduksi besar-besaran tanpa menggunkan modal terlalu besar. Dimana modal yang dibutuhkan dalam pengelolaan abon hanya kisaran Rp. 200.000- Rp. 500.000 saja dan itu sudah memberikan keuntungan yang besar.

b. Analisis Faktor penghambat

- 1) Pengaruh cuaca (musim hujan)
- 2) Pengantarannya masih menggunakan kendaraan pribadi
- 3) Cara promosi yang masih lemah
- 4) Variasi rasa dan ukuran kemasan belum beragam

Faktor-faktor penghambat ini adalah permasalahan terbesar yang telah dihadapi pengusaha abon ikan gabus Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu ini dalam mengembangkan produknya.

Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak Alim Bachri.D selaku kepala Desa Pompengan di atas menerangkan bahwa permasalahan inilah yang menyebabkan mereka tidak melakukan produksi abon dan pemasaran besar-besaran. Sehingga para konsumen tetap sering menanyakan kesediaan abon tersebut

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Strategi pemasaran abon ikan gabus dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu**

Strategi pemasaran yang sering digunakan oleh sebuah perusahaan yaitu dengan cara penyebaran pemasaran, atau lebih dikenal dengan istilah bauran pemasaran. Di mana bauran pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk dapat menentukan master plan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan atau penyajian produk yang memuaskan pada segmen pasar tertentu, di mana segmen pasar tersebut telah dijadikan sasaran pasar untuk produk yang telah di luncurkan untuk menarik konsumen sehingga terjadi pembelian.

Produk merupakan sesuatu yang sangat berperan dalam sebuah keberhasilan untuk memperoleh laba atau keuntungan dalam sebuah perusahaan. Dengan melalui produk, produsen dapat memanjakan konsumen. Karena produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan konsumen.

Produk itu sendiri memiliki karakteristik yang sangat beragam, di mana bahkan tidak perlu melakukan promosi dalam manajemen pemasaran. Dalam melaksanakan dan merencanakan strategi pemasaran, ada beberapa perusahaan telah melakukan berbagai cara yang kemudian digabung menjadi satu, di mana strategi pemasaran yang dimaksud lebih akrab dikenal dengan istilah Marketing Mix yang di mana merupakan perpaduan berbagai strategi yang berupa kegiatan atau faktor penting yang menjadi inti dari strategi pemasaran itu sendiri.

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan di lokasi pengelolaan ikan gabus, peneliti dapat mengetahui strategi kelompok ibu-ibu pengelola ikan gabus menjadi abon sebagai upaya meningkatkan pendapatan yang diperolehnya. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan yang peneliti dapatkan berdasarkan hasil wawancara langsung dengan responden diantaranya sebagai berikut:

a. Strategi produksi

Pada setiap usaha pasti memiliki strategi tersendiri dalam melaksanakan kegiatan usahanya agar tidak gulung tikar, maka dari itu dibutuhkan teknik dan manajemen dalam mengelola usaha tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan Srikarni selaku sekretaris pengurus BUMDES Harapan di Desa Pompengan, beliau menjelaskan bahwa:

“Dalam pengelolaan abon ikan gabus, kami kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu menggunakan bahan-bahan pilihan yang bagus agar bisa menghasilkan produk yang bagus, dimana bahan-bahan kami dapatkan dari masyarakat sekitar dan harganya masih bisa dijangkau oleh kelompok pengelola abon ikan gabus. Dan strategi pemasaran yang kami

lakukan tentu saja akan menawarkan abon ikan gabus yang siap bersaing dengan abon dari berbagai daerah lainya”.<sup>40</sup>

b. Strategi pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus dapat dijelaskan bentuk penerapan strategi pemasaran yang dilakukan diantaranya sebagai berikut:

1) Melalui penjualan langsung

Informasi terbaru ini bersumber dari Alim Bachri.D selaku kepala Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupten Luwu terkait penerapan strategi pemasran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat, beliau menceritakan bahwa

“Strategi pemasaran yang kami gunakan dalam meningkatkan penjualan yakni dibutuhkan strategi pengelolaan dan strategi dalam memasarkan produk secara langsung serta menciptakan loyalitas terhadap pelanggan. Ketika kita menjalankan suatu usaha perlu juga teknik atau cara agar dapat mendapatkan hasil yang baik seperti melakukan hal-hal yang baik terhadap pelanggan dan juga dalam memproduksi barang yang akan kita jual”.<sup>41</sup>

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Alim Bahri.D selaku kepala Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, diketahui bahwa strategi pemasaran yang diperlukan dalam meningkatkan pendapatan ekonomi adalah meningkatkan strategi pengelolaan, pemasran, dan loyalitas terhadap pelanggan serta memproduksi dengan baik sesuai syariat Islam.

---

<sup>40</sup> Srikarni, Sekertaris Pengurus BUMDES Harapan, *wawancara* tanggal 3 Februari 2020

<sup>41</sup> Alim Bachri. D, Kepala Desa Pompengan, *wawancara*, tanggal 3 Februari 2020



Penjelasan di atas diperkuat oleh Hamsia selaku anggota pengurus BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu yang mengatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan dalam upaya meningkatkan pendapatan yaitu strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran yang kami gunakan yaitu melalui penjualan langsung atau disebut dengan eceran, dan promosi dari mulut kemulut”.<sup>42</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Hamsia di atas menjelaskan bahwa telah menerapkan strategi pemasaran dengan melalui penjualan langsung atau dengan penjualan produk secara eceran dan promosi dari mulut kemulut. Strategi yang dilakukan seperti ini bertujuan untuk mempercepat penjualan produk abon ikan gabus dan menghemat pengeluaran dan lebih mudah memberikan informasi yang sesuai dengan produk yang ada

## 2) Produk (*product*)

Srikarni selaku sekretaris pengurus BUMDES Harapan dalam pengelolaan abon ikan gabus beliau menjelaskan bahwa;

“Dalam pengelolaan abon ikan gabus, kami kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu menggunakan bahan-bahan pilihan yang bagus agar bisa menghasilkan produk yang bagus, dimana bahan-bahan kami dapatkan dari masyarakat sekitar dan harganya masih bisa dijangkau oleh kelompok pengelola abon ikan gabus. Dan strategi pemasaran yang kami lakukan tentu saja akan menawarkan abon ikan gabus yang siap bersaing dengan abon dari berbagai daerah lainya”.<sup>43</sup>

Produk yang digunakan dalam kelompok pengelolaan abon ikan gabus sangat terjaga kualitasnya karena bahan-bahan yang digunakan bahan-bahan pilihan agar menghasilkan produk yang bagus.

---

<sup>42</sup> Hamsiah, Anggota Pengurus BUMDES harapan, *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

<sup>43</sup> Srikarni, Sekertaris Pengurus BUMDES Harapan, *wawancara* tanggal 3 Februari 2020

### 3) Harga (*Price*)

Harga sangat menentukan laku tidaknya sebuah produk yang dipasarkan.

Informasi selanjutnya berasal dari Nurlia selaku bendahara BUMDES Harapan, beliau mengatakan bahwa:

“Harga sangatlah menentukan laku tidaknya sebuah produk yang dipasarkan, maka dari itu harga yang kami berikan yaitu sesuai dengan kondisi harga pasar atau sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen artinya boleh membeli dengan harga berapapun dalam artian kiloan, setengah, ataupun perapatan”.<sup>44</sup>

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa: dimana harga yang ditawarkan oleh kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus sudah mengikuti harga pasar serta mengikuti tergantung kebutuhan konsumen karena dimana harga sangat menentukan laku tidaknya sebuah produk.

### 4) Pelayanan

Dalam sebuah usaha pelayanan terhadap pelanggan sangatlah diperlukan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Hamsia selaku anggota pengurus BUMDES Harapan bahwa:

“Strategi yang digunakan dalam upaya meningkatkan pendapatan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan itu paling utama karena pelanggan adalah modal utama dalam memenangkan persaingan”.<sup>45</sup>

Dari wawancara tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa apabila pelanggan merasa tidak nyaman dengan pelayanan yang diterapkan maka kemungkinan besar pelanggan tidak akan jadi langgana produk tersebut dan akan

---

<sup>44</sup>Nurlia, Bendahara BUMDES Harapan, *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

<sup>45</sup>Hamsiah, Anggota Pengurus BUMDES harapan, *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

mencari tempat yang lain, sehingga dalam pelayanan ini harus cepat respond an menerapkan 5 S (salam, senyum, sapa, sopan, dan santun).

#### 5) Tempat (*Place*)

Tempat sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha sebagaimana disampaikan oleh Nurlina selaku bendahara BUMDES Harapan bahwa:

“Pemilihan lokasi juga menjadi penentu penting bagi peningkatan keuntungan suatu usaha. Dimana lokasi yang strategi akan memberikan keuntungan yakni mudah dijangkau oleh masyarakat dan dikelilingi pemukiman warga yang menyebabkan menjadi usaha tersebut ramai pembeli dan secara otomatis meningkatkan pendapatan”.<sup>46</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Nurlina di atas bahwasanya pemilihan lokasi yang strategis sangat berpengaruh, karena jika salah dalam memilih lokasi akan sangat merugikan dalam usaha dan menyebabkan berkurangnya pendapatan. Sehingga para pengelola mengambil lokasi di kantor Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu sebagai tempat yang strategis.

#### 6) Proses (*Process*)

Dalam strategi pemasaran proses sangat diperlukan disebuah perusahaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan dan mendapatkan hasil yang lebih memuaskan. Hamsiah mengatakan bahwa;

“mengenai proses pembuatan dibutuhkan keseriusan agar menghasilkan abon yang bagus dengan cara memilih bahan-bahan bagus dalam mengelola abon ikan gabus agar meningkatkan pendapatan.”<sup>47</sup>

Dari hasil wawancara di atas, menjelaskan bahwa proses dalam mengelola abon ikan gabus adalah suatu tahap yang penting dalam usaha

---

<sup>46</sup> Nurlia, Bendahara BUMDES Harapan, *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

<sup>47</sup> Hamsiah, Anggota Pengurus BUMDES harapan, *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

pengelolaan tersebut, karena dalam proses pengelolaan yang baik akan berdampak pada produksi yang sangat memuaskan.

**1. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu**

Dalam kegiatan usaha yang dilakukan, tentu ada faktor yang mendukung berlangsungnya sebuah usaha dan adapula faktor penghambatnya. Demikian pula pada kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus atau BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu memiliki pendukung dan kendala dalam kegiatan usahanya serta persaingan bisnisnya.

**a. Faktor pendukung**

Hal-hal yang menjadi faktor pendukung dalam pemasaran abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu akan penulis uraikan sebagai berikut:

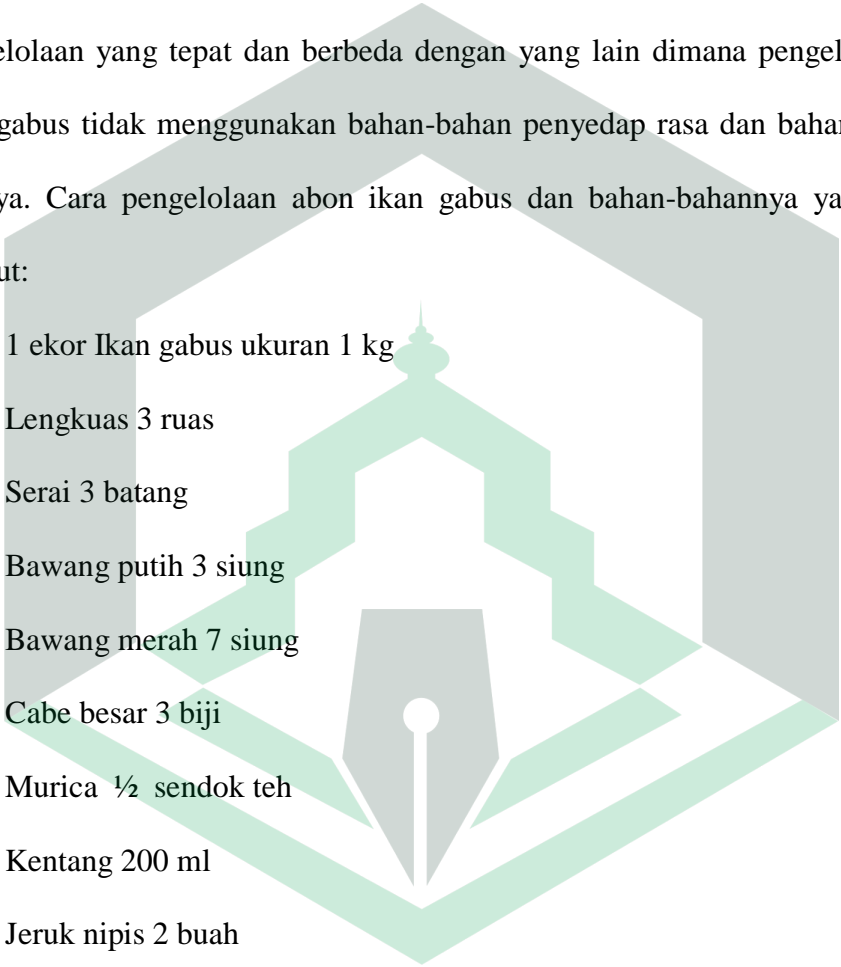
- 1) Melimpahnya ketersediaan bahan baku untuk diolah menjadi abon
- 2) Banyaknya peminat abon ikan gabus
- 3) Tingginya nilai ekonomis abon ikan gabus serta memiliki protein dan manfaat yang tinggi.
- 4) Modal yang digunakan dalam pembuatannya tidak banyak

Berdasarkan wawancara dengan Alim Bachri.D selaku kepala Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu mengatakan bahwa:

“Inilah alasan kami membuat inovasi baru karena banyaknya ketersediaan ikan gabus dan hanya dijual dengan harga murah. sehingga

kami berinisiatif membuat sebuah kelompok BUMDES dalam mengelola ikan gabus ini menjadi makanan siap saji seperti abon yang sudah memiliki nilai ekonomis tinggi. Dimana produk abon kami tidak menggunakan bahan penyedap rasa dan unsur kimia lainnya dimana cara pengelolaannya juga tidak susah dan tidak menggunakan modal besar.<sup>48</sup>

Proses pengelolaan abon ikan gabus dilakukan dengan cara menetap dengan mengantisipasi kemungkinan turunya kualitas abon ikan gabus melalui pengelolaan yang tepat dan berbeda dengan yang lain dimana pengelolaan abon ikan gabus tidak menggunakan bahan-bahan penyedap rasa dan bahan pengawet lainnya. Cara pengelolaan abon ikan gabus dan bahan-bahannya yaitu sebagai berikut:

- 
- a. 1 ekor Ikan gabus ukuran 1 kg
  - b. Lengkuas 3 ruas
  - c. Serai 3 batang
  - d. Bawang putih 3 siung
  - e. Bawang merah 7 siung
  - f. Cabe besar 3 biji
  - g. Merica ½ sendok teh
  - h. Kentang 200 ml
  - i. Jeruk nipis 2 buah

Cara pengelolaan :

- 1) Ikan gabus dipisahkan dari sisik dan kulitnya kemudian dicuci sampai bersih, ikan gabus kemudian diperaskan jeruk nipis guna menghilangkan

---

<sup>48</sup> Alim Bachri. D, Kepala Desa Pompengan, *wawancara*, tanggal 3 Februari 2020

baunya yang amis, lalu di masukkan kedalam priser setelah itu dikukus dengan air yang telah mendidih samapi masak.

- 2) Ikan gabus yang telah dikukus dipisahkan dari durinya menggunakan tangan, setelah itu dagingnya dicabik-cabik sampai halus.
- 3) Belender bumbu-bumbu seperti lengkusa, serai, bawang putih, bawang merah, cabe besar, dan murica sampai benar-benar halus.
- 4) Masukkan santan kedalam wajan aduk sampai panas lalu masukkan bumbu yangtelah dihaluskan tadik sampai mengeluarkan aroma wangi, setelah itu masukkan cabikan ikan sedikit demi sedikit sambil diaduk. Apabila telahkering dan berubah warna kuning kecoklatan, keluarkan dan simpan diwadah yang bersih.
- 5) Selanjutnya abon didinginkan lalu dikemas kedalam plastik.

b. Faktor penghambat

Faktor penghambat dalam pemasaran abon ikan gabus di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu yaitu:

- 1) Pengaruh cuaca (musim hujan)
- 2) Pengantarannya masih menggunakan kendaraan pribadi
- 3) Cara promosi yang masi lemah
- 4) Variasi rasa dan ukuran kemasan belum beragam

Berdasarkan wawancara dengan Hamsia selaku anggota pengurus BUMDES Harapan di Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu mengatakan bahwa:

“Inilah yang menjadi permasalahan kami sehingga belum melakuka produksi dan pemasaran besar-besaran, karena kami masih kurang

sumber manusia yang kompeten dalam usaha ini dan kekurangan alat-alat dalam memproduksi dan kurangnya pelatihan. Sehingga kami masih mengelola dan mengemas secara manual”.<sup>49</sup>

Adapun solusi pemecahan masalah yang dihadapi dalam strategi pemasaran abon ikan gabus Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Yaitu pemerintah Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu harus secara aktif membantu masyarakat dalam memberikan pelatihan dan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pengelolaan sehingga bisa memiliki produksi yang lebih berkembang.

Dalam kegiatan pemasaran akan melibatkan lembaga-lembaga. Fungsi para lembaga pemasaran ini sangat di perlukan untuk menyampaikan hasil-hasil produksi dari pengelola abon ikan gabus ke pembeli. Semakin efisien kerja lembaga-lembaga pemasaran maka akan memberikan menguntungkan bagi semua pihak, baik para produsen, konsumen maupun bagi lembaga-lembaga pemasaran itu sendiri.

---

<sup>49</sup> Hamsiah, Anggota Pengurus BUMDES harapan, *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan terhadap data yang diperoleh dalam penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat yaitu melalui strategi penjualan langsung dengan cara eceran dan promosi dari mulut ke mulut, strategi produk (*product*) menggunakan bahan-bahan pilihan sehingga abon ikan gabus terjamin memiliki kualitas terbaik dan tidak menggunakan bahan-bahan pengawet dan MSG dalam produk,. strategi harga (*price*), menggunakan harga yang relatif murah dan terjangkau di kalangan masyarakat. Strategi pelayanan yang digunakan BUMDES Harapan yaitu cepat respon dan menerapkan 5 S ( salam, senyum, sapa, sopan dan santun). Strategi promosi (*promotion*), yang dilakukan oleh para pengelola abon ikan gabus atau kelompok BUMDES Harapan masih menggunakan cara yang sederhana yaitu penjualan langsung (*personal selling*) dan dikembangkan lagi dengan cara online. Sedangkan strategi tempat (*place*) yaitu di kantor Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. Sedangkan strategi proses (*process*) dibutuhkan keseriusan agar tidak terjadi kesalahan dalam pembuatan.



2. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran abon ikan gabus dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu
  - a. Faktor pendukung
    - 1) Melimpahnya ketersediaan bahan baku untuk diolah menjadi abon
    - 2) Banyaknya peminat abon ikan gabus
    - 3) Tingginya nilai ekonomis abon ikan gabus serta memiliki protein dan manfaat yang tinggi.
    - 4) Tidak membutuhkan modal yang terlalu besar
  - b. Faktor penghambat
    - 1) Pengaruh cuaca (musim hujan)
    - 2) Pengantarannya masih menggunakan kendaraan pribadi
    - 3) Cara promosi yang masih lemah
    - 4) Variasi rasa dan ukuran kemasan belum beragam
  - c. solusi pemecahan masalah yang dihadapi dalam strategi pemasaran abon ikan gabus Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu yaitu Pemerintah Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu harus secara aktif membantu masyarakat dalam memberikan pelatihan dan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pengelolaan sehingga bisa memiliki produksi yang lebih berkembang.

## **B. Saran**

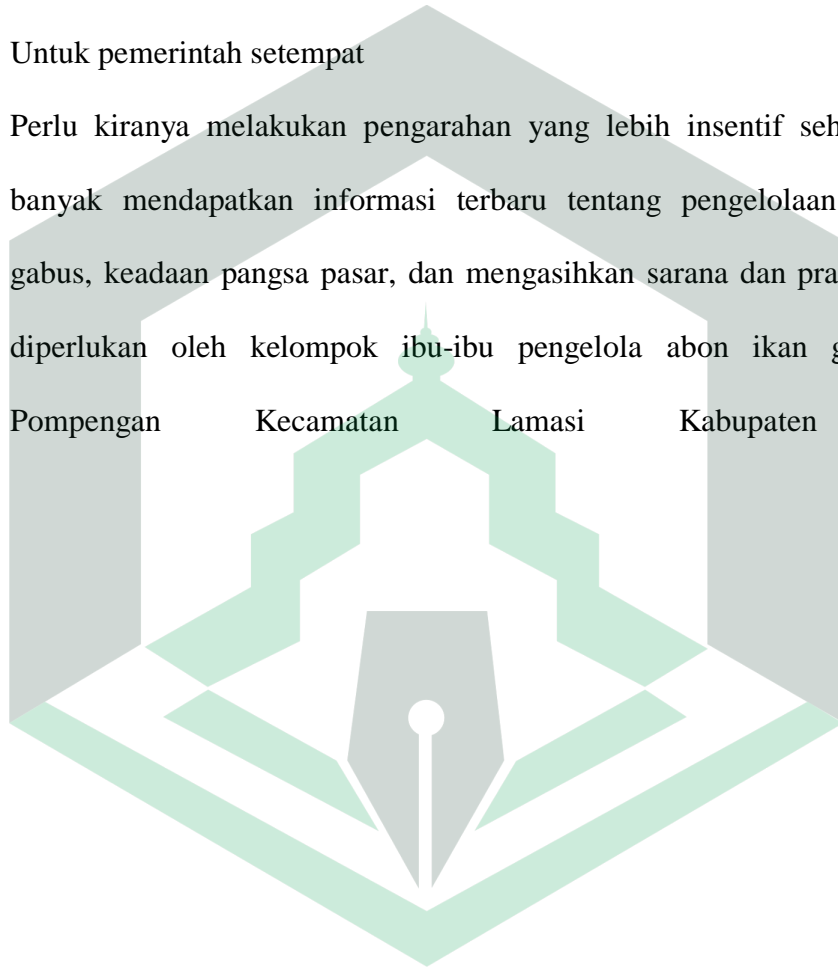
Berdasarkan uraian di atas, maka ada beberapa saran dari peneliti yakni sebagai berikut:

1. Untuk para pengelola abon ikan gabus

Perlu adanya tindak lanjut dari para pengelola abon ikan gabus Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu untuk terus berupaya mengembangkan produksi abon ikan gabus ini khususnya sebagai upaya meningkatkan pendapatan masyarakat dari usaha ini.

2. Untuk pemerintah setempat

Perlu kiranya melakukan pengarahannya yang lebih insentif sehingga lebih banyak mendapatkan informasi terbaru tentang pengelolaan abon ikan gabus, keadaan pangsa pasar, dan mengasihkan sarana dan prasarana yang diperlukan oleh kelompok ibu-ibu pengelola abon ikan gabus Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rizka. *"Strategi Pemasaran Warung Coto Makassar dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus di Kelurahan Batupasi Kecamatan Wara Utara Kota Palopo)."* IAIN Palopo, 2018.
- Anriyanto, Nurbakti Lisyanto dan Septyan. *"Ikan Gabus (Channa Striata) Manfaat Pengembangan dan Alternatife Teknik Budidaya."* Media Akuakultur Volume 4 (2015).
- Arrosyidah, Mia Atika. *"Pengaruh Kepadatan Maino Sp (Crustacean Moinidae) Terhadap Kelangsungan Hidup Dan Pertumbuhan Larva Ikan Gabus Chana Striata."* Universitas Gadjadara, 2018.
- Bogdan, Robert. *Kualitatif (Dasar-Dasar Penelitian)*. Surabaya: Usaha Nasional, 1993.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Bacri, Alim. *"Profil Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu,"* Observasi, Tanggal 21 Desember
- Bacri, Alim. Kepala Desa Pompengan, Wawancara, Tanggal 3 Februari 2020
- Choironi, Rizqi. *"Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Pengelolaan Limbah Cangkang Kerang di PKBM Kridatama Desa Sendang Sikucing Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal."* universitas Islam Negeri Walisongo, 2018.
- Hartono, Jogiyo. *"Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data."* Yogyakarta: Andi, 2018.
- Hermawan, Agus. *"Komunikasi Pemasaran"*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hamsiah. Anggota Pengurus BUMDES Harapan, Wawancara, Tanggal 3 Februari 2020.
- Ida. *"Strategi Pemasaran Nilam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara)."* IAIN Palopo, 2015.
- Ibnu Ismail, Abu Abdillah, Al-Bukhari Al-Ja'fi, Muhammad, *Shahih Bukhari*, Jus 3, ( Cet 1; t.tp: Tug Al-Najah, 1422 H)
- Jayadi, Antri. *"Pengaruh Suhu Penyimpanan dan Jenis Kemasan Terhadap Mutu Abon Ikan Terbang."* Pendidikan Teknologi Pertanian 2 (2016).
- Nurlia. Bendahara BUMDES Harapan, Wawancara, Tanggal 21 Desember 2019

- Moleong, Lexi J. *"Metode Penelitian Kualitatif"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Muslim. *"Jenis-Jenis Ikan Gabus (Genus Channa) di Perairan Rawa Banjiran Sungai Kelekar Indralaya Ogan Ilir Sumatera Selatan."* universitas Sriwijaya, 2015.
- Muzayyanah, *"Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram dalam Meningkatkan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Jamur Berkembang Desa Banyumulek Kediri Lombok Barat"* (Universitas Islam Negeri Mataram, 2018).
- Mustar. *"Studi Pembuatan Abon Ikan Gabus (Ophiocephalus Striatus) Sebagai Makanan Suplemen."* Universitas Hasanuddin Makassar, 2015.
- Pasaribu, Ali Musa. *"Kewirausahaan Berbasis Agribisnis"*s. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Rahmawati, Evi. *"Peran Pendamping dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program Keluarga Harapan di Kecamatan Semarang Tengah."* Universitas Negeri Semarang, 2017.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Bandung: CV-Penerbit J-ART, 2005.
- Sinaga, Dearlina. *"Kewirausahaan"*. Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Suryabrata, Sumadi. *"Metode Penelitian"*. Surabaya: PT RajaGrafindo, 2012.
- Syarafina, Lina. *"Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang."* UIN Sumatera Utara Medan, 2019.
- Srikarni. Sekertaris Pengurus BUMDES Harapan, Wawancara, Tanggal 3 Februari 2020.
- T, Nurfadillah. *"Peranan Masyarakat Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Kenje Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar."* Universitan Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016.
- Uswa. *"Pengaruh Pendapatan Masyarakat Petani Padi Terhadap Tingkat Pendidikan Anak di Kecamatan Gantarangkeke Kabupaten Banteng."* Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.
- Wicaksono, Muhammad Bagus. *"Potensi dan Preferensi Usaha Budidaya Buah Naga Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus Di Desa Lempuyang Bandar Kecamatan Way Pengubuan Kabupaten Lampung Tengah)."* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

### Dokumentasi Hasil Wawancara:



### Proses pengelolaan abon ikan gabus:







Hasil pengelolaan ikan gabus:



## RIWAYAT HIDUP



Hamita lahir di salobongko, Dusun teppo, Desa Wara, Kecamatan Malangke Barat, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 05 Mei 1997. Anak ketiga dari 8 (delapan) bersaudara dari pasangan ayahanda Hasanuddin dan ibunda Nurmiati. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2004 di SDN 152 Cenning dan tamat pada tahun 2010.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP tepatnya di MTS Salobongko dan tamat pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA tepatnya di SMA 1 Malangke Barat dan dinyatakan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 penulis kembali melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkah penulis untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan akhirnya berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2020.

Seiring dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul ***Strategi Pemasaran Abon Ikan Gabus dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pompengan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu*** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.